

MOTIF PENGGUNA PORTAL BERITA ONLINE
DETIKCOM DI SURABAYA

(Studi Deskriptif Motif Masyarakat Surabaya
Dalam Membaca Portal Berita Detikcom)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi Pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur



Disusun Oleh:

BRAHAM ANDI PRASANDA

NPM. 0843010086

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA

2012

MOTIF PENGGUNA PORTAL BERITA ONLINE DETIKCOM DI SURABAYA

(Studi Deskriptif Motif Masyarakat Surabaya

Dalam Membaca Portal Berita Detikcom)

Oleh :

BRAHAM ANDI PRASANDA

NPM. 0843010086

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh tim penguji skripsi

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembanguna Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada tanggal 14 juni 2012

DOSEN PEMBIMBING

TIM PENGUJI

Ketua :

Dra. Herlina Suksmawati, M.S

Ir. Didiek Trenggono, M.Si

NIP. 19 641225199309 2001

NPT. 195812251990011001

Sekretaris :

Dra. Sumardjijati, M.Si

NPT. 196203231993092001

Anggota :

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si

NIP. 19 641225199309 2001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi

NIP. 195507.1819.8302.2001

JUDUL PROPOSAL : MOTIF PENGGUNA PORTAL BERITA
ONLINE DETIKCOM DI SURABAYA

Nama Mahasiswa : Braham Andi Prasanda
NPM : 0843010086
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)

Telah diuji dan diseminarkan pada tanggal 11 Mei 2012

PEMBIMBING

TIM PENGUJI

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 19 641225199309 2001

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 19 641225199309 2001

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT. 3 6704 95 00361

Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 3700 6940 0351

Mengetahui,

D E K A N

KETUA PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI

Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi
NIP. 030 203 679

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT. 3 6704 95 00361

ABSTRAK

BRAHAM ANDI PRASANDA, MOTIF PENGGUNA PORTAL BERITA ONLINE DETIKCOM DI SURABAYA (Studi Deskriptif Motif Masyarakat Surabaya Dalam Membaca Portal Berita Detikcom)

Penelitian ini didasarkan pada kebutuhan masyarakat dalam menggunakan portal berita online detikcom. Kebutuhan yang dipenuhi dari setiap individu begitu beragam. Kebutuhan adalah keinginan dan keinginan dalam motif. Jadi penelitian ini mengarah pada motif para pengguna detikcom.

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode deskriptif kuantitatif. Disini menggunakan teori dari Blummer yang menggunakan 3 motif. Yaitu motif informasi, identitas personal, dan hiburan

Hasil dari penelitian ini menurut peneliti, para pengguna detikcom di Surabaya berada dalam kategori tinggi dari 3 motif yang diteliti. Itu menandakan bahwa para pengguna detikcom di Surabaya merasa terpenuhi kebutuhannya dengan membaca detikcom.

Kata kunci : latar belakang masalah, deskriptif kuantitatif, motif blummer, portal berita online detikcom.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Tuhan Yesus Kristus yang selalu melimpahkan berkatnya pada penulis. Dengan rahmat dan karunia-Nya yang tiada terhingga, sehingga penulis mampu menyelesaikan Laporan Skripsi dengan judul MOTIF PENGGUNA PORTAL BERITA ONLINE DETIKCOM DI SURABAYA.

Dalam menyelesaikan skripsi, penulis mengalami banyak kesulitan dan kendala yang sering kali menghambat penyusunan skripsi ini. Berbagai nasehat dan semangat yang diberikan oleh berbagai pihak telah memotivasi penulis dalam menyelesaikan, serta menunjang kelancaran proses penyusunannya. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan demi terselesainya Laporan skripsi ini, antara lain kepada :

1. Dra.Hj. Suparwati, M.Si, sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN''Veteran''Jatim.
2. Juwito, S.Sos,M.Si, sebagai ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPN''Veteran''JATIM.
3. Dra. Herlina S.,Msi selaku Dosen Pembimbing penulis.Terima kasih atas bimbingan Ibu dalam penyusunan Laporan skripsi ini.
4. My mother and my father, terima kasih untuk segala doanya.
5. Duta dan mas Bayu yang juga membantu menyelesaikan kuesioner penulis yang masih banyak yang kosong.

6. Martina Ditya Pradhani, yang selalu mengingatkan penulis untuk selalu mengerjakan skripsi dengan kata “apa kabar skripsi”. Terima kasih sayang, I love you dear.
7. Rocki Antonie M, Daniel Dwi Surista, Chandra pitong, dan teman-teman GKJW waru semua. Terima kasih telah membantu penulis yang sudah susah karena meminjam laptop kalian semua.
8. Dan semua pihak yang telah membantu menjawab kuesioner yang penulis berikan.

Akhir kata dengan segala keterbatasannya, penulis berharap laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa yang membacanya.

Surabaya, 6 juni 2012

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Kegunaan Penelitian	11
1. Kegunaan teoritis.....	11
2. Kegunaan Praktis.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan teori	12
2.1.1. Pengertian media online	12
2.1.1. Detikcom.....	15
2.1.3. Teori kebutuhan media massa.....	18
2.1.4. Motif.....	20
2.1.5. Teori Uses and Gratifications.....	23
2.1.6. Pembaca portal berita sebagai khalayak media massa.....	26

2.2. Kerangka Berfikir.....	27
-----------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional.....	30
3.2. Populasi, Sampel dan teknik penarikan sampel	36
3.2.1. Populasi	36
3.2.2. sampel dan penarikan sampel.....	36
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4. Teknik Analisis Data.....	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gmabaran Umum Obyek Penelitian.....	39
4.2 Penyajian Data	42
4.2.1 identitas responden	43
4.2.2 Frekuensi Responden Dalam Membaca Detikcom	45
4.2.3 Motif Responden Terhadap Detikcom	46
4.2.3.1 Motif Informasi	46
4.2.3.2 Motif Identitas Personal	54
4.2.3.3 Motif Hiburan	58
4.2.4 Kategorisasi Tiap Motif	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	66
----------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan manusia tidak bisa lepas dari komunikasi massa. Baik disadari maupun tidak disadari oleh manusia. Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan atau pesannya disalurkan melalui media massa. Media massa sangat penting kehadirannya karena keunggulannya menyajikan berbagai informasi kepada khalayak secara cepat dan luas.

Khalayak membutuhkan media massa berdasarkan motif-motif tertentu, karena itu media massa berusaha memenuhi kebutuhan social khalayak tersebut. Media yang mampu memuaskan khalayak adalah media yang efektif (Subianto, 2003;3). Shram dan Robert menyatakan bahwa suatu audience yang sangat aktif mencari apa yang mereka inginkan, menolak isi media dan pesan yang tidak sesuai serta menguji pesan media atau membandingkan isi media lainnya (Lilik, 2001;3). Kehadiran media massa merupakan salah satu gejala yang menandai kehidupan masyarakat modern sekarang ini. Ketergantungan masyarakat pada media dapat dilihat dari semakin meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat terhadap berbagai bentuk media dan munculnya media baru yang menawarkan banyak pilihan pada khalayaknya.

Komunikasi yang digunakan peneliti sosial dengan sasaran komunikasi yang ditujukan atau diarahkan kedalam 'komunikasi Massa'. Komunikasi massa yaitu komunikasi yang ditujukan kepada massa atau komunikasi yang menggunakan media massa. Komunikasi massa sangat efektif karena dapat menjangkau daerah yang luas dan audience yang praktis dan tidak terbatas. Sumber komunikasi massa pada umumnya orang besar yang memikul biaya besar untuk membuat dan menyampaika pesan-pesan komunikasi massa bersifat terbuka (setiap orang dapat menerimanya). Komunikasi massa berlangsung kedalam suatu konteks sosial mempengaruhi media. Dengan kata lain terjadi hubungan transaksional antara media dan masyarakat (Devito, 1997;507). Salah satu media yang dipilih oleh peneliti adalah media massa. Media massa adalah media yang digunakan untuk komunikasi massa, karena sifatnya yag massa (Widjaja,2005;3).

Media massa itu sendiri dibedakan menjadi dua. Yaitu Media Massa Cetak. Media massa dicetak dalam lembaran kertas. Seperti Koran, tabloid, majalah, dll. Kemudian media Massa Elektronik. Jenis media massa yang isinya disebarluaskan melalui suara atau gambar dan suara dengan menggunakan teknologi elektro, seperti radio, televisi, dan film. Dan yang terakhir adalah media Online (Online Media, Cybermedia), yakni media massa yang dapat kita temukan di internet (situs web)

Dalam masa sekarang ini perkembangan informasi semakin cepat dan mudah untuk didapat. Banyak orang dapat mencari berita yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhan mereka. Bahkan surat kabar yang dulu menjadi favorit untuk menyebarkan informasi, kini seakan 'diambil' oleh media elektronik.

Pada awalnya surat kabar sering kali diidentikkan dengan pers, namun karena pengertian pers sudah luas, dimana media elektronik sekarang ini sudah dikategorikan dengan media juga. Untuk itu pengertian pers dalam arti sempit, pers hanya meliputi media cetak saja, salah satunya adalah surat kabar.

Menurut Onong Uchjana Effendy, “Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca” (Effendy,1993:241).

Arti penting surat kabar terletak pada kemampuannya untuk menyajikan berita-berita dan gagasan-gagasan tentang perkembangan masyarakat pada umumnya, yang dapat mempengaruhi kehidupan modern seperti sekarang ini. Selain itu surat kabar mampu menyampaikan sesuatu setiap saat kepada pembacanya melalui surat kabar pendidikan, informasi dan interpretasi mengenai beberapa hal, sehingga hampir sebagian besar dari masyarakat menggantungkan dirinya kepada pers untuk memperoleh informasi.

Hal-hal yang disiarkan media cetak lainnya bisa saja mengandung kebenaran, tetapi belum tentu mengenai sesuatu yang baru saja terjadi. Diantara media cetak, hanyalah surat kabar yang menyiarkan hal-hal yang baru terjadi. Pada kenyataannya, memang isi surat kabar beranekaragam, selain berita juga terdapat artikel, rubrik, cerita bersambung, cerita bergambar, dan lain-lain yang bukan merupakan laporan tercepat. Kesemuanya itu sekedar untuk menunjang upaya membangkitkan minat agar surat kabar bersangkutan dibeli orang.

Surat kabar adalah sarana yang menyiarkan produk jurnalistik. Fungsi pers berarti juga fungsi jurnalistik yang merupakan salah satu bentuk komunikasi massa. Pada zaman modern sekarang ini, jurnalistik tidak hanya mengelola berita, tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Karena itu, fungsinya bukan lagi menyiarkan informasi, tetapi juga mendidik, menghibur dan mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu.

Pada zaman sekarang, era digital menjadi dominan. Bahkan banyak orang yang mempunyai sesuatu yang menjadi “pegangan” mereka dalam melakukan aktifitas. Surat kabar kini sudah berevolusi menjadi surat kabar yang ingin pada era digital. Maka banyak orang menjadikan situs portal berita salah satu pilihan untuk menambah wawasan mereka.

Sekarang, informasi akan cepat bergerak dan lebih cepat. Informasi terbaru akan selalu dicarilah banyak orang untuk dapat mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Jika dahulu banyak orang yang akan membaca surat kabar di pagi hari sebagai pegangan informasi yang mereka punya, kini para masyarakat justru mengalihkan surat kabar kepada portal berita karena jauh lebih efisien.

Adanya kelemahan dari surat kabar membuat orang lebih memilih portal berita sebagai pegangan informasi. Surat kabar harus menunggu sampai 1 hari untuk mendapatkan informasi terbaru yang kita inginkan. Selain itu Koran juga menggunakan bahan kertas yang sangat kurang efisien bila dibawa kemana saja oleh pembacanya. Harga kertas yang semakin mahal membuat harga surat kabar semakin lama semakin mahal pula. Selain itu interaktif untuk saling

berkomunikasi dengan pembaca yang lama juga termasuk dalam kelemahan surat kabar. Itulah sebagian kecil dari kelemahan dari surat kabar yang membuat portal berita online menjadi pilihan solusi untuk menutupi kekurangan dari surat kabar tersebut.

Sebagian besar orang mengalihkan pandangan mereka dari membaca surat kabar / Koran menjadi membaca portal berita dari web karena informasinya yang lebih cepat. Banyak orang menginginkan informasi yang lebih baru dan lebih cepat. Dan dari segi kecepatan, portal berita web jauh lebih cepat informasinya dibandingkan surat kabar yang harus menunggu besoknya untuk mendapatkan informasi terbaru. Lalu mobilitas masyarakat kini yang sangat tinggi. Kesibukan masyarakat sekarang jauh lebih padat dari sebelumnya. Hal itu membuat mereka kurangnya waktu untuk membaca surat kabar. Kemudian portal berita online jauh lebih efisien. Hanya menggunakan koneksi internet, orang akan mampu mengakses berita dari portal berita yang diinginkan. Hal ini jauh lebih efisien daripada harus membeli surat kabar setiap harinya.

Banyak orang yang mengalihkan dan menggunakan detikcom sekarang ini. Mereka menggunakan detikcom untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan motif-motif tertentu. Mulai dari mendapatkan informasi yang beraneka ragam, kemudian motif untuk menambah identitas personal ataupun menjadikan hanya sebagai media hiburan. Itulah alasan mengapa peneliti menggunakan motif pengguna detikcom sebagai tujuan penelitian.

Peneliti mengambil portal berita detikcom sebagai objek penelitian karena portal berita merupakan portal berita yang paling banyak diakses oleh banyak orang di Indonesia. Kurang lebih 5 juta orang mengakses portal berita detikcom. Bahkan lebih dari setengahnya yaitu sekitar kurang dari 2 juta orang mengakses melalui akun jejaring sosial twitter. Ini yang menjadikan salah satu kelebihan dari portal berita lainnya. Karena setiap rubrik detikcom mempunyai akun twitter sendiri. Sehingga mampu berinteraktif dengan para pembacanya.

Detikcom ialah sebuah portal web yang berisi berita aktual dan artikel daring di Indonesia. Detikcom merupakan salah satu situs berita terpopuler di Indonesia. Berbeda dari situs-situs berita berbahasa Indonesia lainnya, detikcom hanya mempunyai edisi daring dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Meskipun begitu, detikcom merupakan yang terdepan dalam hal berita-berita baru (breaking news). Sejak tanggal 3 Agustus 2011, DetikCom menjadi bagian dari PT Trans Corporation, salah satu anak perusahaan CT Corp.

Server detikcom sebenarnya sudah siap diakses pada 30 Mei 1998, namun mulai daring dengan sajian lengkap pada 9 Juli 1998. Tanggal 9 Juli itu akhirnya ditetapkan sebagai hari lahir Detikcom yang didirikan Budiono Darsono (eks wartawan DeTik), Yayan Sopyan (eks wartawan DeTik), Abdul Rahman (mantan wartawan Tempo), dan Didi Nugraha. Semula peliputan utama detikcom terfokus pada berita politik, ekonomi, dan teknologi informasi. Baru setelah situasi politik mulai reda dan ekonomi mulai membaik, detikcom memutuskan untuk juga melampirkan berita hiburan, dan olahraga.

Dari situlah kemudian terdapat keinginan membentuk detikcom yang update-nya tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak yang harian, mingguan, bulanan. Yang dijual detikcom adalah breaking news. Dengan bertumpu pada vivid description macam ini detikcom melesat sebagai situs informasi digital paling populer di kalangan users internet.

Pada 3 Agustus 2011 CT Corp mengakuisisi detikcom (PT Agranet Multicitra Siberkom/Agrakom) . Mulai pada tanggal itulah secara resmi detikcom berada di bawah Trans Corp. Chairul Tanjung, pemilik CT Corp membeli detikcom secara total (100 persen) dengan nilai US\$60 juta atau Rp 521-540 miliar. Setelah diambilalih, maka selanjutnya jajaran direksi akan diisi oleh pihak-pihak dari Trans Corp — sebagai perpanjangan tangan CT Corp di ranah media. Dan komisaris Utama dijabat Jenderal (Purn) Bimantoro, mantan Kapolri, yang saat ini juga menjabat sebagai Komisaris Utama Carrefour Indonesia, yang juga dimiliki Chairul Tanjung.

Sebelum diakuisisi oleh CT Corp, saham detikcom dimiliki oleh Agranet Tiger Investment dan Mitsui & Co. Agranet memiliki 59% saham di DetikCom, dan sisanya dimiliki oleh Tiger 39%, dan Mitsui 2%.

Pada Juli 1998 situs detikcom per harinya menerima 30.000 hits (ukuran jumlah pengunjung ke sebuah situs) dengan sekitar 2.500 user (pelanggan Internet). Sembilan bulan kemudian, Maret 1999, hits per harinya naik tujuh kali lipat, tepatnya rata-rata 214.000 hits per hari atau 6.420.000 hits per bulan dengan 32.000 user. Pada bulan Juni 1999, angka itu naik lagi menjadi 536.000 hits per

hari dengan user mencapai 40.000. Terakhir, hits detikcom mencapai 2,5 juta lebih per harinya.

Selain perhitungan hits, detikcom masih memiliki alat ukur lainnya yang sampai sejauh ini disepakati sebagai ukuran yang mendekati seberapa besar potensi yang dimiliki sebuah situs. Ukuran itu adalah page view (jumlah halaman yang diakses). Page view detikcom sekarang mencapai 3 juta per harinya. sekarang detik.com menempati posisi ke empat tertinggi dari alexa.com untuk seluruh konten di Indonesia.

Secara umum beberapa kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh media massa adalah kebutuhan akan informasi (kognitif), kebutuhan akan hiburan (diversifikasi), kebutuhan untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri (identitas personal) (rahmat,2001 :66).

Kebutuhan akan informasi mungkin akan didapat oleh masyarakat jika mampu mencari informasi yang mereka inginkan. Detikcom merupakan portal berita yang menyajikan informasi terbaru yang mungkin mampu memenuhi motif kebutuhan akan informasi. Kemudian, detikcom yang bisa diakses melalui handphone biasa dengan koneksi internet mampu menyajikan hiburan tersendiri bagi masyarakat. Dan yang terakhir, detikcom merupakan era baru dunia beritanya yang mampu menghasilkan informasi tercepat dan terbaru. Dengan demikian, detikcom merupakan era modern dunia berita yang mungkin mampu memberikan rasa modern bagi masyarakat.

Secara spesifik, portal berita merupakan jawaban untuk masyarakat yang menginginkan informasi terbaru dan tercepat. Namun informasi yang masyarakat inginkan tidaklah sama. Kemudian kebutuhan akan hiburan. Portal berita detikcom yang bias diakses di internet mungkin hanya sebagai hiburan saja sebagai untuk mengisi waktu luang. Dan sangat memungkinkan detikcom untuk memenuhi motif identitas personal. Karena pengaruh mode yang berbau internet sekarang, maka pembaca detikcom hanya ingin merasa sebagai identitas personal saja.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana kebutuhan masyarakat Surabaya itu sendiri sehingga memunculkan motif untuk mengakses dan membaca portal berita detikcom. Apakah itu untuk menambah pengetahuan baru, atau keinginan masyarakat untuk mendapatkan identitas sosial dengan lingkungan sekitarnya, ataupun keinginan masyarakat untuk mendapatkan hiburan setelah lelah beraktifitas. Namun yang menjadi permasalahan adalah informasi dari detikcom yang diakses dan dibaca oleh masyarakat, akankah dapat memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut.

Dalam hubungan dengan penggunaan media massa, termasuk dalam media online, tentu saja tidak lepas dari adanya dorongan yang timbul dan berkembang dalam diri individu sehingga seseorang menggunakan media online sebagai sumber informasinya. Dorongan inilah yang disebut motif, tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mempertahankan eksistensinya (Effendi, 1993:45).

Sementara dipilihnya kota Surabaya sebagai lokasi penelitian disebabkan Surabaya adalah ibukota Provinsi Jawa Timur yang merupakan pusat informasi di Jawa Timur. Selain itu yang lebih penting adalah Surabaya juga merupakan salah satu kota dengan masyarakat yang paling banyak mengakses portal berita detikcom kedua setelah Jakarta dari alexa.com yang mengukur page view detikcom di seluruh Indonesia. Pengguna portal berita online detikcom di Surabaya tergolong cukup tinggi, sehingga peneliti memilih kota Surabaya sebagai objek penelitian

Berdasarkan uraian di atas pada dasarnya peneliti ingin melakukan penelitian menitikberatkan pada motif yang mendasari individu (masyarakat Surabaya) membaca portal berita detikcom. Di sini peneliti berusaha untuk mengetahui apa motif masyarakat Surabaya dalam membaca portal berita detikcom.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka di rumuskan permasalahan sebagai berikut : “Bagaimana motif pengguna portal berita online detikcom di Surabaya?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini Bagaimana motif pengguna portal berita online detikcom di Surabaya?

1.4.Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran kepada ilmu komunikasi dan masyarakat Surabaya dalam member tambahan referensi tentang portal berita detikcom

2. Kegunaan praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan khalayak media massa, terutama portal berita detikcom dalam melihat sikap dan opini masyarakat Surabaya tentang portal berita detikcom.